



## 坂崎 千春 イラストレーター・絵本作家

いまやキャラクターが、メッセージ・ツールの主に躍り出た時代。企業のCIや商品広告から公共的なイベントや自治体のマスコットまで、それを目にした日はないほどだ。そんな時代の最前線で、次々と話題作を生み出してきたのが今回の登壇者、坂崎千春さんである。とはいえ坂崎さんは、はなからキャラクターの制作者を目指したわけではない。彼女の作るキャラクターが、自作の絵本の住人たちと地続きの存在であることを知れば、むしろキャラクターを求める時代が、最もふさわしい作り手を見いだしたというべきであろう。

―坂崎さんの画才には、天性の芸術的なDNAが宿っているのでしょうか。

いいえ、私の近親者には美術やデザインの関係者は一人もいません。幼稚園のときにお絵かき教室に通っていましたが、絵を描くのが楽しくなったのは、小学校の3年生くらいでしたか。コンクールに出した絵が、先生に褒められてからです。それで、中学生になって美術部に入りました。中学校では、ポスター・デザインの授業で、詩の一節を絵で表現する課題なんかがとても面白かったですね。昔から、動物の登場するマンガや童話、物語に引かれていて、漠然と将来は本とかかわるような仕事をしたいなと思っていましたよ。

―美大のデザイン科を経て就職された文具メーカーでは、どんなお仕事ですか。

紙物が主体のメーカーで、仕事は便箋やカレンダー、クリスマスカードといった商品のイラストやデザインでした。それも若い女の子が好みそうなファンシーなもの。そこには6年半ほど勤めましたが、社内のプレゼンをすました後は、イラストもデザインも印刷も、全部自分の裁量に任せられていたのがうれしかったですね。マックの操作を覚えられたし、原画と印刷の差もつかめるようになったし、自分の基礎固めができた時期だったなと思います。

そのように仕事は面白かったのですが、退職して独立したのは、やはり決まったものしか描けないというフラストレーションがたまっていたせいでしょうか。ファンシーな絵はきらいじゃなかったけれど、

広告代理店の方から、あなたのペンギンの絵を「Suica」のキャンペーンに使いたいという申し出があつて。競合プレゼンで幸いにも選ばれて、キャンペーンも大きな成果を上げることができました。「Suica」も今年で10周年を迎えましたが、キャンペーンだけの予定だったペンギンが、いまや「Suica」の代名詞として広く世の中に認知され、さまざまな使い方をされるようになったのは、自分でも感慨深いものがあります。

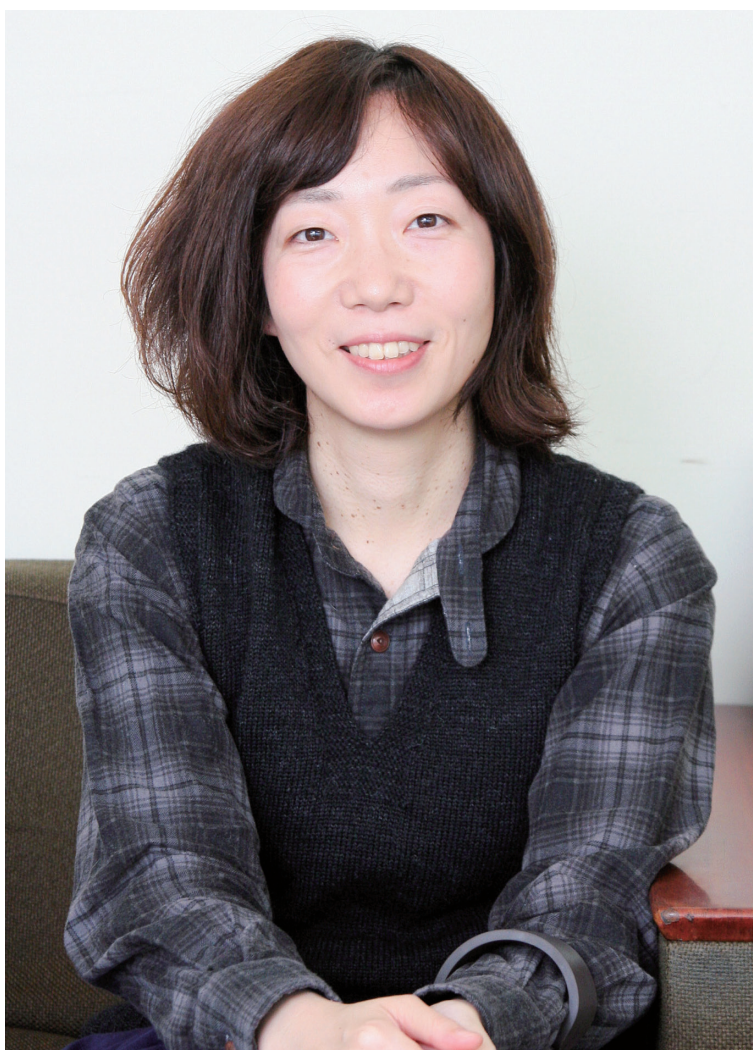
ペンギンのほかにダイハツの「カクカク・シカジカ」とか、たしかに私が描くのは動物ばかり。その理由をよく聞かれますが、動物が好きで、それを描くのが得意だったことを別にすれば、動物はそのもの自体、存在自体のイメージで描くことができるのいいからかもしれない。人間の場合だと、性別とか服装とか付属的なイメージが煩わしく感じるし。もともと動物でも虫や爬虫類は描きたくありません。なぜかペンギンとかアヒルとかカモとか、丸っこくてぷりんとした

形態に強くそそられるんですよ。

―広告のキャラクターを手がけられて、以前にはなかった変化を感じましたか。

絵本の場合は、自分が自分に発注して自分がそれに答えればいいのですが、広告のキャラクターは他者からの問いかけや提案に自分が応じるという違いがある。そうやって、さまざまな人の思いが入り込んで表現が成立していくところが、自分でも新鮮でした。それに絵だけでなく、グッズなどに展開していくところも。その意味では、自分の作品を手がけているというより、大きなプロジェクトに参加している意識を抱かされましたね。その面白さには魅せられましたけど、でも自分がやりたいのは、やはり絵本や物語。キャラクターにはならなかったのに、大きな物語の住人として愛されたスヌーピーやムーミン、それらの作者にあこがれます。

〈文・三田晴夫／写真・藤原亜希



坂崎千春（さかざき・ちはる）  
イラストレーター・絵本作家。

東京芸術大学デザイン科卒業後、ステーションリーメーカー制作室のデザイナーを経て、1998年よりフリーに。  
主な著書に「ペンギンゴロ」（文芸堂）、「うわのそら」（角川書店）、「イラストのこと、キャラクターデザインのこと。」（BNN新社）、「ペンギンさん、うきこ、パンダちゃんの子ゴゴロ」（オレンジページ）などがある。  
キャラクターデザインとしては、JR東日本「Suica」のペンギン、ダイハツ「ムーヴコンテ」のカクカク・シカジカ、マガジンハウス「kuneru」のクウネルくん、千葉県のマスコット「チーバくん」がある。

